

**Penerapan Konsep *Brand Awareness* Dalam
Pengembangan Sistem Informasi Pemasaran
(Studi Kasus: UD. Bebiyo Semarang)**

Jimmy Laksana Putra¹, Agustinus Fritz Wijaya², Yani Rahardja³

Program Studi Sistem Informasi
Fakultas Teknologi Informasi
Universitas Kristen Satya Wacana
Jl. Diponegoro 52-60, Salatiga 50711, Indonesia
Email: 682011067@student.uksw.edu, agustinus.wijaya@staff.uksw.edu,
yani.rahardja@staff.uksw.edu

Abstract

UD Bebiyo Semarang is one of trading companies which still developing and keep improving its services and quality standards sales in every aspects including the utilization of information technology. During this time the sales procedure in Bebiyo still done manually which makes the services and sales to consumer are running slowly. This research is using qualitative descriptive method with the results of website prototype that can be useful to the company. The application of brand awareness concept as one of the concepts in e-commerce with web as its basis and the making of the website is using prototype mode, therefore internet technology can serve to help the company to market their products more broadly.

Keywords: *Information Technology, Trading Company, Brand Awareness, prototype mode, Internet, E-Commerce.*

Abstrak

UD. Bebiyo Semarang sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penjualan barang dagang yang sedang berkembang dan terus berupaya untuk meningkatkan layanan serta standar kualitas penjualan dari berbagai sisi antara lain pada pemanfaatan teknologi informasi. Selama ini, proses penjualan barang di UD. Bebiyo Semarang masih dilakukan dengan cara manual yang menyebabkan lambannya proses pelayanan dan penjualan ke konsumen. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan menghasilkan sebuah prototype website yang dapat digunakan oleh perusahaan. Penerapan konsep *brand awareness* sebagai salah satu konsep di dalam *e-commerce* yang berbasis *web* dan rancang pembuatannya menggunakan metode model *prototyping* sehingga penggunaan teknologi *internet* dapat berfungsi untuk membantu perusahaan dalam memasarkan produknya secara lebih luas.

Kata Kunci: *Teknologi Informasi, Perusahaan Dagang, Brand Awareness, Prototype, Internet, E-Commerce.*

¹ Mahasiswa Program Studi Sistem Informasi Universitas Kristen Satya Wacana

² Staff Pengajar Program Studi Sistem Informasi Universitas Kristen Satya Wacana

³ Staff Pengajar Program Studi Sistem Informasi Universitas Kristen Satya Wacana